

Estudio de factibilidad para el lanzamiento de algunos productos de la línea marrón de electrodomésticos en una comercializadora ubicada en la ciudad de Bogotá



Director de Trabajo: Andrés Paz Ortega

Carol Lizeth Cortés Cód. 341718

Claudia Rojas Cerquera Cód. 341721

Jose Armada Cód. 341703

Universidad Católica de Colombia

Facultad De Ciencias Económicas Y Administrativas

Trabajo de Grado

2019



Atribución-NoComercial 2.5 Colombia (CC BY-NC 2.5)

La presente obra está bajo una licencia:

Atribución-NoComercial 2.5 Colombia (CC BY-NC 2.5)

Para leer el texto completo de la licencia, visita:

<http://creativecommons.org/licenses/by-nc/2.5/co/>

Usted es libre de:



Compartir - copiar, distribuir, ejecutar y comunicar públicamente la obra

hacer obras derivadas

Bajo las condiciones siguientes:



Atribución — Debe reconocer los créditos de la obra de la manera especificada por el autor o el licenciante (pero no de una manera que sugiera que tiene su apoyo o que apoyan el uso que hace de su obra).



No Comercial — No puede utilizar esta obra para fines comerciales.

TABLA DE CONTENIDO

1.	RESUMEN	6
1.1	Abstract.....	6
1.2	Palabras claves.....	7
1.3	Key Words.....	7
2.	INTRODUCCIÓN E INFORMACIÓN GENERAL.....	8
2.1	Introducción	8
2.2	Planteamiento del problema	8
2.3	Formulación de la pregunta del problema	8
3.	OBJETIVOS	9
3.1	Objetivo general	9
3.2	Objetivos específicos	9
4.	MARCO CONCEPTUAL	10
4.1	El mercado de los electrodomésticos.....	10
4.2	Desarrollo del sector de electrodomésticos en Colombia.....	11
4.2.1	Empresas Colombianas productoras.....	12
4.2.2	Empresas Multinacionales productoras en Colombia.....	12
4.3	Comportamiento del sector.....	13
5.	ANÁLISIS DE LA EMPRESA	16
5.1	Reseña.....	16
5.2	Diagnóstico Financiero	16
5.2.1	Balance General	17
5.2.1.1	Activos.....	18
5.2.1.2	Pasivos.....	19
5.2.1.3	Patrimonio.....	19
5.2.2	Estado de Resultados	20
5.2.3	Indicadores Financieros.....	21

5.2.3.1	<i>Indicadores de liquidez.....</i>	21
5.2.3.2	<i>Indicadores de Endeudamiento.</i>	21
5.2.3.3	<i>Indicadores de Actividad.</i>	22
5.2.3.4	<i>Indicadores de rendimiento.</i>	22
6.	METODOLOGÍA.....	23
6.1	Recolección de la Información.....	23
6.2	Diagnóstico Financiero	23
6.3	Desarrollo del estudio	23
7.	PRESENTACIÓN DE RESULTADOS	25
7.1	Estado de Resultados proyectado inicial.....	25
7.2	Análisis de escenarios de la nueva línea de comercialización	26
8.	RECOMENDACIONES	28
9.	REFERENCIAS	29

LISTA DE TABLAS

<i>Tabla 1 Balance General</i>	17
<i>Tabla 2 Activos.....</i>	18
<i>Tabla 3 Pasivos.....</i>	19
<i>Tabla 4 Patrimonio</i>	19
<i>Tabla 5 Estado de Resultados.....</i>	20
<i>Tabla 6 Proyección de Estado de Resultados</i>	25

LISTA DE GRÁFICAS

<i>Gráfica 1 Categorización comercial de los AEE.</i>	10
<i>Gráfica 2 Principales empresas del sector de Electrodomésticos.</i>	11
<i>Gráfica 3 Empresas líderes en Ventas.</i>	13
<i>Gráfica 4 Crecimiento del Mercado.</i>	14
<i>Gráfica 5 Margen Ebitda.</i>	27

1. RESUMEN

Este documento recopila la información que da a conocer la factibilidad del lanzamiento de algunos productos de la línea marrón de una comercializadora de electrodomésticos ubicada en la ciudad de Bogotá.

Inicialmente se desarrolló una investigación del sector de los electrodomésticos a nivel nacional, regional y de la ciudad en donde se encuentra ubicada la empresa; seguidamente y a partir de los datos suministrados por la comercializadora, se analizó la situación financiera y se realizó un estudio de factibilidad; para ello se utilizó como metodología un modelo financiero en Excel utilizando diferentes escenarios y comparándolo con las proyecciones de la empresa.

La técnica utilizada fue la de análisis de escenarios ya que es un método simple para valorar empresas en momentos de incertidumbre sin tener que acudir a alternativas más complejas, todo esto para poder llegar a la evaluación financiera y determinar si el proyecto era viable o no.

1.1 Abstract

This document compiles all the information regarding the likelihood of the launching of some products from the brown line of a home appliance's store located at Bogotá.

Firstly, it was required to develop a Home Appliances sector's research at a National level and in the city in which the company is located at. Next and starting from the data collected within the market research, the financial status of the company where evaluated together with a feasibility study. In order to conduct both analyses, a financial model developed in Excel was the tool applied. Hence, several simulations of different scenarios and a comparison among them, together with company's financial projections where performed.

The method applied was the scenarios' analysis because it is a simple method that allows the evaluation of companies behavior under uncertain environments without the need to use complex alternatives and with the aim to gather a financial analysis aimed to conclude the viability or not of the project.

1.2 Palabras claves

Factibilidad, Rentabilidad, Evaluación Financiera, Sector Comercial.

1.3 Key Words

Feasibility, Profitability, Financial Evaluation, Financial Sector.

2. INTRODUCCIÓN E INFORMACIÓN GENERAL

2.1 Introducción

El siguiente estudio contribuye a que la comercializadora expanda su segmento de ventas, logre un mejor posicionamiento en el mercado y obtenga mejores índices de rentabilidad; todo esto mediante un análisis de la estructura financiera y la creación de un modelo con posibles escenarios que determinarán la factibilidad de la ampliación de su portafolio con algunos productos de una línea de electrodomésticos. Este estudio se realizará a través de la aplicación de herramientas académicas vistas durante el transcurso de la especialización, como también del aporte y conocimiento desde las distintas profesiones de los actores del proyecto.

2.2 Planteamiento del problema

La comercializadora de electrodomésticos es una empresa con una trayectoria en el mercado de más de 8 años; durante los últimos tres tuvo como eje de crecimiento la expansión nacional de locales comerciales en las principales ciudades del país.

Desde el año 2017, la empresa ha analizado sus estados financieros, con el fin de poder iniciar un proceso de reinversión del negocio y de esta manera crear una nueva propuesta con el fin de generar valor agregado a los actores implicados en el desarrollo del negocio.

2.3 Formulación de la pregunta del problema

¿Cuál es la situación financiera actual de la empresa? ¿Cuál es la viabilidad de la ampliación del portafolio de la comercializadora?

3. OBJETIVOS

3.1 Objetivo general

Desarrollar un estudio de factibilidad para el lanzamiento de algunos productos de la línea marrón de electrodomésticos en una comercializadora ubicada en la ciudad de Bogotá.

3.2 Objetivos específicos

- Realizar un diagnóstico financiero de la empresa.
- Aplicar herramientas que nos permitan comparar los márgenes de rentabilidad.
- Valorar la viabilidad financiera de los nuevos productos a incluir en el portafolio.

4. MARCO CONCEPTUAL

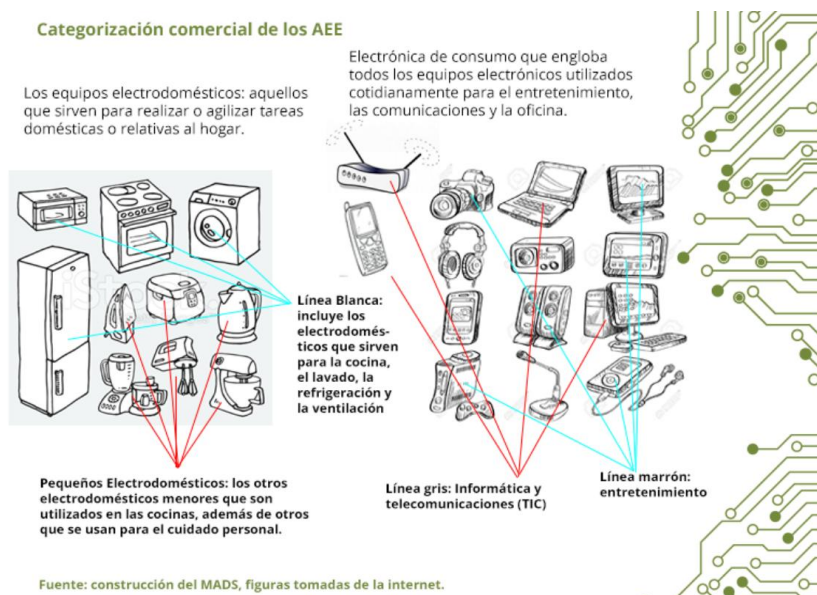
4.1 El mercado de los electrodomésticos

Los electrodomésticos son elementos que se utilizan diariamente para agilizar las labores diarias del hogar. Algunos de ellos están categorizados como electrodomésticos, pero pertenecen a una línea diferente que hablaremos más adelante.

(Confianza Electro, 2017) sostuvo que gracias a la tecnología y la inversión en innovación de los fabricantes, estos productos han evolucionado para conseguir mejorar sus prestaciones, minimizar su impacto sobre el medio ambiente y, al mismo tiempo, alcanzar un diseño estético acorde a las tendencias imperantes.

“La categorización de los AEE que más comúnmente se utiliza desde la perspectiva de su comercialización se relaciona con los equipos electrodomésticos, es decir, aquellos que sirven para realizar o agilizar tareas domésticas o que tienen que ver con el hogar. Estas categorías son las líneas blanca, marrón, gris y los pequeños electrodomésticos”

(Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible, 2010)



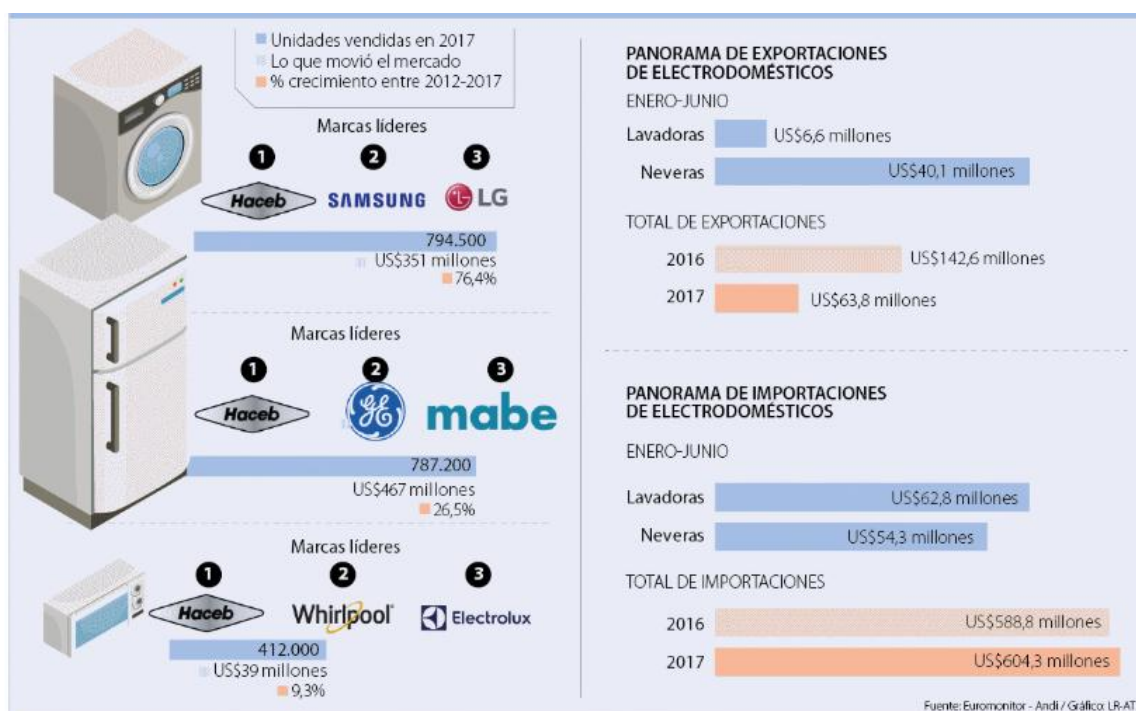
Gráfica 1 Categorización comercial de los AEE. Fuente: Ministerio de Ambiente

4.2 Desarrollo del sector de electrodomésticos en Colombia

El Sector Electrodoméstico, es un sector en continuo crecimiento dentro de la actividad industrial, siendo así el segundo impulsador de la economía colombiana lo cual se refleja en el comportamiento del comercio exterior.

Colombia es una gran opción para el sector electrodoméstico, pues posee un gran potencial de mercado, donde la producción de electrodomésticos crece a una alta tasa y se están importando bienes básicos del sector.

Un autor sostuvo que las categorías que presentaron mayor incremento son parlantes y barras de sonido con 50,1%, video cámaras 34,3%, Máquinas de afeitar 28,1%, planchas para el pelo 21,1% y Televisores 19,2%. (Revista Dinero, 2019)



Gráfica 2 Principales empresas del sector de Electrodomésticos. Fuente: La República

El sector básicamente comprende dos tipos:

4.2.1 Empresas Colombianas productoras.

- Haceb; productor de estufas, calentadores, neveras
- Challenger; productor de estufas, calentadores, neveras, hornos y campanas
- Indusel; productor de gasodomésticos y electrodomésticos
- Superior; productor de estufas y hornos a gas
- Incelt; productor de eléctricos y electrodomésticos
- Sudelec S.A.; productora de cocinas de sobremesa
- FrioMix; productora de elementos para refrigeración
- Inducol; productora de artículos refrigerantes para el hogar y el comercio
- Indufrial; productora de elementos para refrigeración

4.2.2 Empresas Multinacionales productoras en Colombia.

- Mabe, la multinacional venezolana productora de neveras y estufas
- Calor, productor francés de pequeños electrodomésticos
- SeB, compañía belga productora de pequeños electrodomésticos y artículos culinarios
- All-Clad, norteamericana que produce pequeños electrodomésticos y artículos culinarios
- Air Bake, Mirro, Regal y T-fal, norteamericanas productoras de artículos culinarios
- Arno y Samurai, suramericanas que producen pequeños electrodomésticos
- Panex, Rochedó y Clock, suramericanas productoras de artículos culinarios

Como puede apreciarse, el mayor porcentaje de productividad en el sector de los electrodomésticos está dado por la inversión extranjera.

Fuente: Informe sectorial ANDI 2016-2018 (ANDI Cámara del Sector de Electrodomésticos, 2019)

4.3 Comportamiento del sector

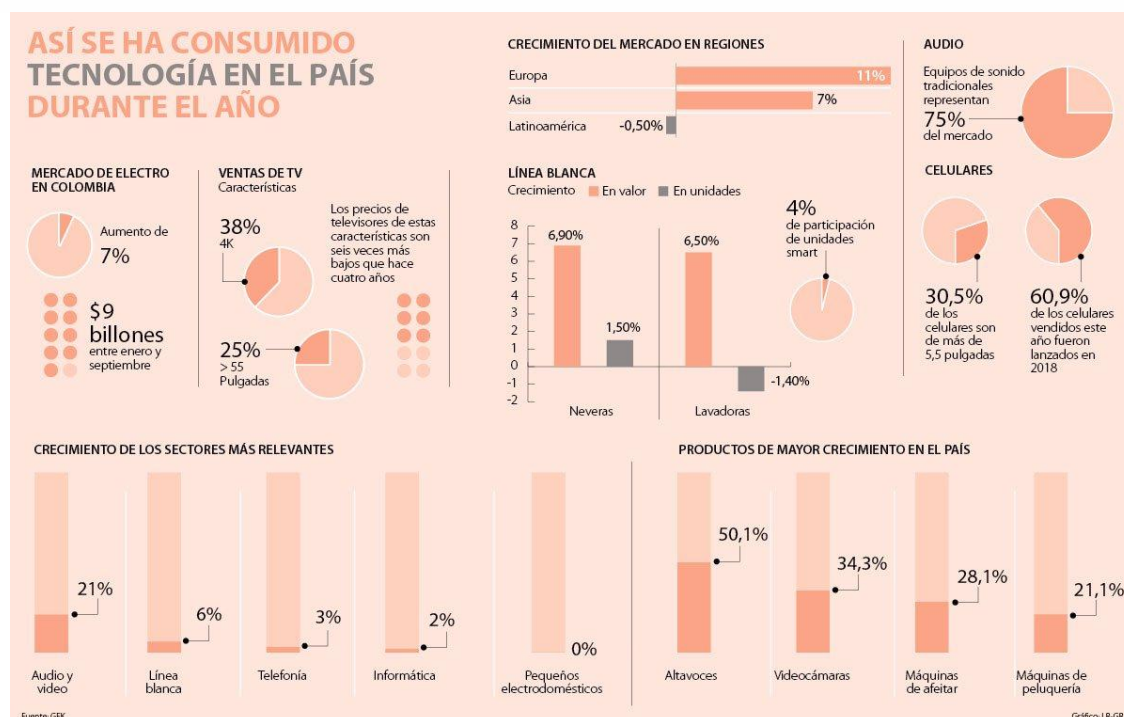
En la actualidad, la cadena de electrodomésticos en Colombia y a nivel mundial se caracteriza por estar en permanente transformación, el ingreso de nuevos productos y nuevas tecnologías, hacen que constantemente los canales de comercialización y los hábitos de consumo cambien. Además, el ingreso de nuevas marcas y las nuevas exigencias ambientales demandan un fuerte dinamismo, eficiencia y flexibilidad para adaptarse a las condiciones cambiantes.



Gráfica 3 Empresas líderes en Ventas. Fuente: La República

Según publicación del periódico La República en el año 2018, la investigadora GFK reveló un estudio sobre el comportamiento del consumidor colombiano en términos de tecnología de cara al cierre de ese año, en el que se mostró que en los primeros nueve meses se habían consumido \$9 billones, lo cual representó un crecimiento de 7% frente a la estadística recogida el año pasado.

De acuerdo con el reporte, entre los segmentos de lo referente a tecnología y electrodomésticos, se destacó el de audio y video como uno de los principales impulsores del crecimiento en general, puesto que esta división vio un incremento de 21%. (La República, 2018)



Gráfica 4 Crecimiento del Mercado. Fuente: La República

También podemos citar lo comentado por la directora de la cámara de electrodomésticos de la Andi a Portafolio:

“con corte a marzo de 2019, las importaciones en refrigeración cayeron 28%, pues pasó de 58.000 unidades en marzo de 2018 a 42.000 en el mismo periodo de este año. Una de las razones de esta caída podría ser el dólar, según Leal. Sin embargo, destacó que otra podría ser que la industria local está satisfaciendo la demanda interna. En exportaciones de esta categoría, estas pasaron de 65.000 unidades en marzo de 2018 a 91.000 en el mismo mes de 2019”. (Portafolio, 2019).

Así las cosas, la categoría de electrodomésticos muestra un gran progreso, lo que hace que este sea un promotor en la economía del país, además encontramos que se destacan aparatos de audio como uno de los principales impulsores de este crecimiento y objetos de estudio en esta investigación.

5. ANÁLISIS DE LA EMPRESA

5.1 Reseña

La comercializadora de electrodomésticos inició sus actividades hace más de 8 años, su trayectoria es a nivel local, sin embargo, en la actualidad está en la búsqueda de llegar a las principales ciudades del país. Desde su inicio se ha caracterizado por ofrecer a sus clientes pequeñas aplicaciones de electrodomésticos (PAE), es decir aparatos utilizados en áreas como higiene y belleza, mantenimiento del hogar y preparación alimentaria pero que se caracterizan por ser de menor tamaño.

Con el transcurso de los años han ido incorporando nuevas líneas de productos con el fin de proveer a los clientes soluciones integrales a sus necesidades y esto ha hecho que obtenga un reconocimiento en el mercado.

5.2 Diagnóstico Financiero

El diagnóstico financiero es la evaluación financiera que realiza en las organizaciones con el propósito de saber y analizar el estado real financiero para establecer el “tiempo de vida” real de la empresa, las posibilidades de inversión y financiación que se tienen, entre otras cosas.

(ABCFINANZAS, 2019)

De acuerdo a lo anterior, con los datos suministrados por la comercializadora, a continuación, se realiza un análisis de la situación financiera, con el fin de identificar los impactos causados por las variaciones en los últimos años.

5.2.1 Balance General.

Comercializadora de Electrodomesticos			
BALANCE GENERAL			
	año 2018	año 2017	año 2016
ACTIVOS			
CORRIENTES			
caja	\$ 79.603.645	\$ 59.338.029	\$ 35.783.182
banco	\$ 292.961.131	\$ 234.789.387	\$ 183.059.752
clientes	\$ 0	\$ 0	\$ 0
anticipo de impuestos	\$ 34.927.250	\$ 21.980.992	\$ 9.595.634
mercancia no fabricada por la empresa	\$ 3.267.225	\$ 2.309.225	\$ 7.360.000
Total Activos Corrientes	\$ 410.759.251	\$ 318.417.633	\$ 235.798.568
PROPIEDAD PLANTA Y EQUIPO			
equipo de oficina	\$ 13.920.000	\$ 13.920.000	\$ 13.920.000
depreciacion acumulada	-\$ 348.000	-\$ 232.000	-\$ 116.000
Total P.P.E	\$ 13.572.000	\$ 13.688.000	\$ 13.804.000
DIFERIDOS			
cargos diferidos	\$ 862.500	\$ 975.000	\$ 1.087.500
Total Diferidos	\$ 862.500	\$ 975.000	\$ 1.087.500
TOTAL ACTIVOS	\$ 425.193.751	\$ 333.080.633	\$ 250.690.068
PASIVOS			
CORRIENTES			
proveedores	\$ 119.712.000	\$ 73.080.000	\$ 34.800.000
costos y gastos por pagar	\$ 14.808.540	\$ 14.793.460	\$ 14.324.380
retefuente	\$ 2.143.760	\$ 1.902.345	\$ 1.780.000
Impuesto a las ventas retenido	\$ 125.000	\$ 125.000	\$ 125.000
retencion de ICA	\$ 55.200	\$ 27.600	\$ 27.600
retenciones y aportes de nomina	\$ 2.407.310	\$ 2.384.810	\$ 2.093.090
acreedores varios	\$ 1.814.656	\$ 1.797.928	\$ 1.581.056
Impuesto a las Ventas	\$ 18.853.360	\$ 10.092.600	\$ 6.020.720
salarios por pagar	\$ 0	\$ 0	\$ 0
para obligaciones laborales	\$ 6.690.008	\$ 4.351.253	\$ 2.033.892
Total Pasivos Corrientes	\$ 166.609.834	\$ 108.554.995	\$ 62.785.737
PATRIMONIO			
aportes sociales	\$ 160.000.000	\$ 160.000.000	\$ 160.000.000
utilidad del ejercicio	\$ 45.297.513	\$ 49.072.552	\$ 27.904.331
utilidad del ejercicio anterior	\$ 76.976.882	\$ 27.904.331	\$ 0
Total Patrimonio	\$ 282.274.395	\$ 236.976.882	\$ 187.904.331
TOTAL PASIVO + PATRIMONIO	\$ 448.884.229	\$ 345.531.877	\$ 250.690.068

Tabla 1 Balance General. Fuente suministrada por la Empresa

La empresa en términos generales presenta un buen ejercicio de sus finanzas, ha realizado una buena campaña de fidelización producto de la consolidación en el mercado, la apertura de nuevos puntos de venta y la mejora continua de sus servicios.

5.2.1.1 Activos.

Comercializadora de Electrodomesticos						
BALANCE GENERAL						
	año 2018	año 2017	Analisis Horizontal 2017 -2018 (relativo)	Analisis Horizontal 2017- 2018 (absoluto)	Analisis Estructural 2018	Analisis Estructural 2017
ACTIVOS						
CORRIENTES						
caja	\$ 79.603.645	\$ 59.338.029	34%	\$ 20.265.616	18,72%	17,81%
banco	\$ 292.961.131	\$ 234.789.387	25%	\$ 58.171.744	68,90%	70,49%
clientes	\$ 0	\$ 0		\$ 0	0,00%	0,00%
anticipo de impuestos	\$ 34.927.250	\$ 21.980.992	59%	\$ 12.946.258	8,21%	6,60%
mercancia no fabricada por la empresa	\$ 3.267.225	\$ 2.309.225	41%	\$ 958.000	0,77%	0,69%
Total Activos Corrientes	\$ 410.759.251	\$ 318.417.633	29%	\$ 92.341.619	96,61%	95,60%
PROPIEDAD PLANTA Y EQUIPO						
equipo de oficina	\$ 13.920.000	\$ 13.920.000	0%	\$ 0	3,27%	4,18%
depreciacion acumulada	-\$ 348.000	-\$ 232.000	50%	-\$ 116.000	-0,08%	-0,07%
Total P.P.E	\$ 13.572.000	\$ 13.688.000	-1%	-\$ 116.000	3,19%	4,11%
DIFERIDOS						
cargos diferidos	\$ 862.500	\$ 975.000	-12%	-\$ 112.500	0,20%	0,29%
Total Diferidos	\$ 862.500	\$ 975.000	-12%	-\$ 112.500	0,20%	0,29%
TOTAL ACTIVOS	\$ 425.193.751	\$ 333.080.633	28%	\$ 92.113.119	100%	100,00%

Tabla 2 Activos. Fuente suministrada por la Empresa

Dentro de las cuentas más destacadas del Activo encontramos el disponible que presenta un incremento del 34% respecto al año anterior, producto del aumento en las ventas y el no ofrecimiento de crédito a los clientes pues el recaudo es 100% de contado.

El inventario también logró un aumento del 41% en relación al año 2017, producto del abastecimiento de una referencia en específico negociado con un proveedor en condiciones satisfactorias para la empresa. Además, es indispensable mantener unos inventarios constantes previendo un posible incremento en la demanda de los productos.

En cifras concretas podemos decir que el crecimiento del activo total es del 28% y corresponde principalmente al disponible, situación que representa los recursos de liquidez inmediata con los que cuenta la comercializadora y al anticipo de impuestos, esto debido al incremento en las ventas a grandes contribuyentes que hicieron retenciones a favor, de las cuales se descontarán en renta.

5.2.1.2 Pasivos.

Comercializadora de Electrodomesticos							
BALANCE GENERAL							
	año 2018	año 2017	año 2016	Analisis Horizontal 2017 - 2018 (relativo)	Analisis Horizontal 2017- 2018 (absoluto)	Analisis Estructural 2018	Analisis Estructural 2017
PASIVOS							
CORRIENTES							
proveedores	\$ 119.712.000	\$ 73.080.000	\$ 34.800.000	64%	\$ 46.632.000	28,15%	21,94%
costos y gastos por pagar	\$ 14.808.540	\$ 14.793.460	\$ 14.324.380	0%	\$ 15.080	3,48%	4,44%
retefuente	\$ 2.143.760	\$ 1.902.345	\$ 1.780.000	13%	\$ 241.415	0,50%	0,57%
Impuesto a las ventas retenido	\$ 125.000	\$ 125.000	\$ 125.000	0%	\$ 0	0,03%	0,04%
retencion de ICA	\$ 55.200	\$ 27.600	\$ 27.600	100%	\$ 27.600	0,01%	0,01%
retenciones y aportes de nomina	\$ 2.407.310	\$ 2.384.810	\$ 2.093.090	1%	\$ 22.501	0,57%	0,72%
acreedores varios	\$ 1.814.656	\$ 1.797.928	\$ 1.581.056	1%	\$ 16.728	0,43%	0,54%
Impuesto a las Ventas	\$ 18.853.360	\$ 10.092.600	\$ 6.020.720	87%	\$ 8.760.760	4,43%	3,03%
salarios por pagar	\$ 0	\$ 0	\$ 0			0,00%	0,00%
para obligaciones laborales	\$ 6.690.008	\$ 4.351.253	\$ 2.033.892	54%	\$ 2.338.755	1,57%	1,31%
Total Pasivos Corrientes	\$ 166.609.834	\$ 108.554.995	\$ 62.785.737	53%	\$ 58.054.839	39,18%	32,59%

Tabla 3 Pasivos. Fuente suministrada por la Empresa

La cuenta proveedores tuvo una variación del 64% de un año a otro, producto del incremento en las ventas y el abastecimiento de los nuevos puntos de venta; adicionalmente, las obligaciones laborales también aumentaron en un 54%, producto de las nuevas contrataciones de personal en el área de ventas.

5.2.1.3 Patrimonio.

Comercializadora de Electrodomesticos							
BALANCE GENERAL							
	año 2018	año 2017		Analisis Horizontal 2017 -2018 (relativo)	Analisis Horizontal 2017- 2018 (absoluto)	Analisis Estructural 2018	Analisis Estructural 2017
PATRIMONIO							
aportes sociales	\$ 160.000.000	\$ 160.000.000		0%	\$ 0	37,63%	48,04%
utilidad del ejercicio	\$ 45.297.513	\$ 49.072.552		-8%	-\$ 3.775.039	10,65%	14,73%
utilidad del ejercicio anterior	\$ 76.976.882	\$ 27.904.331		176%	\$ 49.072.552	18,10%	8,38%
Total Patrimonio	\$ 282.274.395	\$ 236.976.882		19%	\$ 45.297.513	66,39%	71,15%
					\$ 0		
TOTAL PASIVO + PATRIMONIO	\$ 448.884.229	\$ 345.531.877		30%	\$ 103.352.352	106%	103,74%

Tabla 4 Patrimonio. Fuente suministrada por la Empresa

La utilidad del ejercicio disminuyó por el aumento del costo de ventas y otros gastos asociados.

Se debe tener en cuenta que la empresa por ser netamente comercializadora, el costo de adquisición de los productos, personal, arrendamiento y otros, van directamente a conformar el costo de ventas y por ende golpear la utilidad del ejercicio.

5.2.2 Estado de Resultados.

Comercializadora de Electrodomesticos							
ESTADO DE RESULTADOS							
	año 2018	año 2017	año 2016	Analisis Estructural 2018	Analisis Estructural 2017	Analisis Horizontal 2017 - 2018 %	Analisis Horizontal 2017 - 2018 Absoluto
VENTAS	\$ 187.460.000	\$ 180.790.000	\$ 143.610.000	100,43%	101,35%	4%	\$ 6.670.000
(-) Devoluciones y descuentos	-\$ 800.000	-\$ 2.400.000	-\$ 1.600.000	-0,43%	-1,35%	-67%	\$ 1.600.000
INGRESOS OPERACIONALES	\$ 186.660.000	\$ 178.390.000	\$ 142.010.000	100%	100,00%	5%	\$ 8.270.000
(-) Costo de ventas	\$ 128.848.000	\$ 118.697.775	\$ 94.090.000	69,03%	66,54%	9%	\$ 10.150.225
UTILIDAD BRUTA OPERACIONAL	\$ 57.812.000	\$ 59.692.225	\$ 47.920.000	30,97%	33,46%	-3%	-\$ 1.880.225
(-) Gastos operacionales de ventas	\$ 425.290	\$ 2.131.383	\$ 560.810	0,23%	1,19%	-80%	-\$ 1.706.094
gastos financieros	\$ 425.290	\$ 383.303	\$ 560.810	0,23%	0,21%	11%	\$ 41.987
gastos extraordinarios	\$ 0	\$ 1.748.080	\$ 0	0,00%	0,98%	-100%	-\$ 1.748.080
(-) Gastos Operacionales de administración	\$ 23.328.430	\$ 20.939.535	\$ 19.454.859	12,50%	11,74%	11%	\$ 2.388.895
gastos de personal	\$ 17.201.930	\$ 17.048.035	\$ 14.945.859	9,22%	9,56%	1%	\$ 153.895
arrendamientos	\$ 3.095.000	\$ 2.500.000	\$ 2.500.000	1,66%	1,40%	24%	\$ 595.000
servicios	\$ 2.543.000	\$ 813.000	\$ 580.500	1,36%	0,46%	213%	\$ 1.730.000
Gastos legales	\$ 0	\$ 0	\$ 800.000	0,00%	0,00%	0%	\$ 0
depreciacion	\$ 116.000	\$ 116.000	\$ 116.000	0,06%	0,07%	0%	\$ 0
amortizacion	\$ 112.500	\$ 112.500	\$ 112.500	0,06%	0,06%	0%	\$ 0
utiles papeleria y fotocopias	\$ 260.000	\$ 350.000	\$ 400.000	0,14%	0,20%	-26%	-\$ 90.000
UTILIDAD OPERACIONAL	\$ 34.058.280	\$ 36.621.307	\$ 27.904.331	18,25%	20,53%	-7%	-\$ 2.563.027
(+) Ingresos no operacionales	\$ 0	\$ 0	\$ 0	0,00%	0,00%	0%	\$ 0
(-) Impuesto de renta	\$ 11.239.233	\$ 12.451.244	\$ 0	6,02%	6,98%	-10%	-\$ 1.212.012
UTILIDAD DEL EJERCICIO	\$ 45.297.513	\$ 49.072.552	\$ 27.904.331	24,27%	27,51%	-8%	-\$ 3.775.039

Tabla 5 Estado de Resultados. Fuente suministrada por la Empresa

Las devoluciones disminuyeron considerablemente ya que la empresa en el convenio con las ventas a grandes contribuyentes no acepta la devolución de sus mercancías.

Los gastos extraordinarios presentan una disminución que obedece a que en el año 2017, la empresa incurrió en gastos de capacitaciones, actividades lúdicas y cívicas para sus empleados.

El incremento del 213% de gastos por servicios se debe a la apertura de nuevos establecimientos de comercialización.

5.2.3 Indicadores Financieros.

5.2.3.1 Indicadores de liquidez.

La liquidez presenta un buen comportamiento, la empresa puede pensar en opciones como pagar sus obligaciones de corto plazo, buscar financiamiento y/o realizar inversiones, sin necesidad de comprometer su inventario.

Adicionalmente, es notorio el incremento de sus activos corrientes, que generan un mayor respaldo a sus pasivos y por ende una mayor liquidez, detallado de la siguiente manera:

Al cierre del año 2018, la comercializadora cuenta con una solvencia para el pago de sus deudas a corto plazo a razón de 2,47 pesos por cada peso de deuda, a pesar de que existe una disminución del indicador con respecto al año anterior, la misma se debe a nuevas obligaciones adquiridas con proveedores para el aumento de las ventas durante el año 2019. Adicionalmente, se observa un aumento del capital de trabajo de la comercializadora en comparación con el periodo anterior en 34 millones de pesos.

5.2.3.2 Indicadores de Endeudamiento.

Los indicadores de endeudamiento muestran que la participación de los acreedores aumentó con respecto a los activos, sin embargo, el endeudamiento se encuentra concentrado en el corto plazo.

Para el año 2018 el nivel de endeudamiento es del 39% debido a que el financiamiento ha sido directamente con sus proveedores sin incurrir en obligaciones financieras, así mismo existe un aumento en relación al año anterior producto de nuevas adquisiciones de mercancía para la venta al cierre de año.

El patrimonio de la empresa está comprometido en un 64%, cifra superior con respecto a la del año anterior que fue 48%, esto debido a los compromisos adquiridos para la adquisición de inventario para la venta.

Teniendo en cuenta que la empresa no tiene obligaciones con entidades financieras, la utilidad cubre los gastos financieros en 135 veces para el año 2018 y en 155 veces para el año 2017 respectivamente.

5.2.3.3 Indicadores de Actividad.

La rotación del inventario promedio en el año disminuyó a 39 veces para el año 2018, siendo para el 2017 51 veces esto producto a un aumento en las compras de inventario realizadas durante el 2018 y a un mayor inventario al cierre del año 2018, sin embargo los niveles de rotación son adecuados para el giro de la empresa.

5.2.3.4 Indicadores de rendimiento.

La rentabilidad de la comercializadora disminuye producto de la apertura de nuevos puntos de venta y la contratación de personal.

El beneficio directo que obtiene la empresa por la comercialización de sus productos para el año 2018 asciende a 30,97% presentado una disminución del 2,49% respecto al año anterior debido a que durante el 2018 los costos de la mercancía para la venta presentaron un incremento del 6%.

El margen Operacional de la comercializadora ha tenido una disminución del 2,28% con respecto al periodo anterior, esto debido al incremento en algunos servicios operacionales y arrendamientos.

6. METODOLOGÍA

6.1 Recolección de la Información

Inicialmente recopilamos y clasificamos la información brindada por la empresa, posteriormente estudiamos el sector, los principales riesgos del mercado, la competencia, los clientes actuales y potenciales y la manera como el sector contribuye en la economía del país.

6.2 Diagnóstico Financiero

El diagnóstico financiero se realiza en las organizaciones con la finalidad de interpretar, analizar y evaluar la situación actual de la empresa, por consiguiente, “todo el esfuerzo desarrollado por la gestión financiera debe tender hacia un fin: *maximizar el valor de la empresa*. Este fin corresponde, por lo general, al propósito de los accionistas, inversionistas o dueños de incrementar su propia riqueza, es decir, su inversión...” (Ortiz Anaya, 2011)

Las razones financieras son, en sentido estricto, razones contables que se calculan a partir de cocientes entre cifras tomadas directamente de los estados financieros periódicos de una empresa. (Serrano Rodriguez & Villarreal navarro, 2000)

Durante esta fase realizamos la evaluación de los estados financieros más importantes mediante la aplicación de análisis verticales y horizontales e indicadores que facilitaron en gran parte la interpretación de la situación de la comercializadora.

6.3 Desarrollo del estudio

El trabajo está basado en un estudio de factibilidad que como instrumento sirva en la toma de decisiones para la ampliación del portafolio de la empresa.

Un estudio de factibilidad es una herramienta que se utiliza para orientar la decisión de continuar o abandonar un proyecto y se aplica ya en la parte preoperativa del ciclo. **(Foro Empresarial Impulsa, 2016)**

Este estudio queremos realizarlo mediante un análisis de escenarios que consiste en introducir diferentes escenarios posibles, para compararlo con la proyección realizada por la empresa para el año 2019.

“La valoración mediante análisis de escenarios consiste en valorar el resultado de diferentes situaciones hipotéticas otorgando a cada una de ellas diferentes probabilidades. La valoración total será el resultado de ponderar cada situación en relación a la probabilidad de que ésta se dé en el futuro” **(Academiadeinversion, 2019)**

7. PRESENTACIÓN DE RESULTADOS

7.1 Estado de Resultados proyectado inicial

Comercializadora de Electrodomesticos						
ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADOS A 5 AÑOS						
	año 2018	Proyectado 2019	Proyectado 2020	Proyectado 2021	Proyectado 2022	Proyectado 2023
VENTAS	\$ 187.460.000	\$ 198.707.600	\$ 210.630.056	\$ 223.267.859	\$ 236.663.931	\$ 250.863.767
(-) Devoluciones y descuentos	-\$ 800.000	-\$ 808.000	-\$ 816.080	-\$ 824.241	-\$ 832.483	-\$ 840.808
INGRESOS OPERACIONALES	\$ 186.660.000	\$ 197.899.600	\$ 209.813.976	\$ 222.443.619	\$ 235.831.448	\$ 250.022.959
(-) Costo de ventas	\$ 128.848.000	\$ 136.578.880	\$ 144.773.613	\$ 153.460.030	\$ 162.667.631	\$ 172.427.689
UTILIDAD BRUTA OPERACIONAL	\$ 57.812.000	\$ 61.320.720	\$ 65.040.363	\$ 68.983.589	\$ 73.163.816	\$ 77.595.270
(-) Gastos operacionales de ventas	\$ 425.290	\$ 429.542	\$ 433.838	\$ 438.176	\$ 442.558	\$ 446.984
gastos financieros	\$ 425.290	\$ 429.542	\$ 433.838	\$ 438.176	\$ 442.558	\$ 446.984
gastos extraordinarios	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
(-) Gastos Operacionales de administración	\$ 23.328.430	\$ 24.193.447	\$ 25.091.296	\$ 26.023.236	\$ 26.990.576	\$ 27.994.677
gastos de personal	\$ 17.201.930	\$ 17.890.007	\$ 18.605.608	\$ 19.349.832	\$ 20.123.825	\$ 20.928.778
arrendamientos	\$ 3.095.000	\$ 3.187.850	\$ 3.283.486	\$ 3.381.990	\$ 3.483.450	\$ 3.587.953
servicios	\$ 2.543.000	\$ 2.619.290	\$ 2.697.869	\$ 2.778.805	\$ 2.862.169	\$ 2.948.034
Gastos legales	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
depreciacion	\$ 116.000	\$ 116.000	\$ 116.000	\$ 116.000	\$ 116.000	\$ 116.000
amortizacion	\$ 112.500	\$ 112.500	\$ 112.500	\$ 112.500	\$ 112.500	\$ 112.500
utiles papeleria y fotocopias	\$ 260.000	\$ 267.800	\$ 275.834	\$ 284.109	\$ 292.632	\$ 301.411
UTILIDAD OPERACIONAL	\$ 34.058.280	\$ 36.697.730	\$ 39.515.230	\$ 42.522.177	\$ 45.730.682	\$ 49.153.609
(+) Ingresos no operacionales	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
(-) Impuesto de renta	-\$ 11.239.233	-\$ 12.110.251	-\$ 12.644.873	-\$ 13.181.875	-\$ 13.719.205	-\$ 14.746.083
UTILIDAD DEL EJERCICIO	\$ 22.819.048	\$ 24.587.479	\$ 26.870.356	\$ 29.340.302	\$ 32.011.478	\$ 34.407.526
MARGEN BRUTO	30,84%	30,86%	30,88%	30,90%	30,91%	30,93%
MARGEN OPERACIONAL	18,17%	18,47%	18,76%	19,05%	19,32%	19,59%
MARGEN NETO	12,17%	12,37%	12,76%	13,14%	13,53%	13,72%
EBITDA						
UTILIDAD NETA	22.819.048	24.587.479	26.870.356	29.340.302	32.011.478	34.407.526
(+) Impuestos	11.239.233	12.110.251	12.644.873	13.181.875	13.719.205	14.746.083
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	34.058.280	36.697.730	39.515.230	42.522.177	45.730.682	49.153.609
(+) Intereses	425.290	429.542	433.838	438.176	442.558	446.984
EBIT	34.483.570	37.127.273	39.949.067	42.960.353	46.173.240	49.600.593
(+) Depreciaciones	116.000	116.000	116.000	116.000	116.000	116.000
EBITDA	34.599.570	37.243.273	40.065.067	43.076.353	46.289.240	49.716.593
Margen EBITDA	18,46%	18,74%	19,02%	19,29%	19,56%	19,82%

Tabla 6 Proyección de Estado de Resultados. Fuente generada por nosotros

Como resultado de la proyección del estado de resultados, se determina que la utilidad del ejercicio al final de la proyección de los 5 años tuvo un incremento del 33,68% con respecto al año 2018, como consecuencia del incremento del 6% que se tuvo en cuenta para proyectar cada año.

Los márgenes para cada año son constantes y sin variación significativa.

Es importante destacar que el crecimiento gradual en el margen Ebitda para la proyección del quinto año es del 19,82%, comparado con el año inicial que registraba un 18,46%.

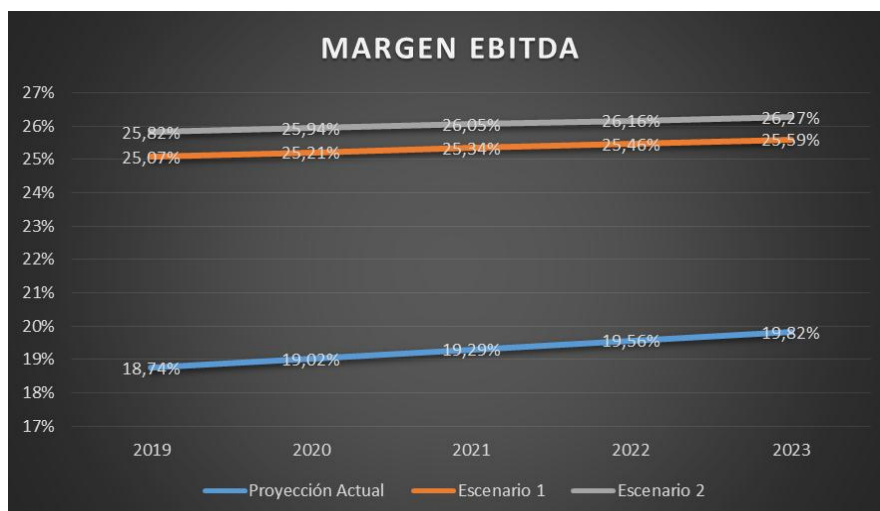
7.2 Análisis de escenarios de la nueva línea de comercialización

Se plantearon dos escenarios en los cuales se modificaron las variables de precio y cantidad, para que al final del ejercicio pudieramos llegar a un estado de resultados y de esta manera observar los diferentes márgenes, en especial el margen Ebitda que si bien es un margen operativo, muestra la factibilidad del proyecto y los beneficios periódicos de la empresa.

Inicialmente debemos saber que el Ebitda **literalmente traduce ganancias antes de intereses, impuestos, depreciaciones y amortizaciones**. En otras palabras, muestra, aproximadamente, cuántas ganancias es capaz de generar una compañía solamente por sus actividades en un mundo hipotético sin impuestos ni deuda. Es decir, el resultado de restarle los costos y gastos a las ventas de una empresa. **Su mayor ventaja es que facilita las comparaciones y las comparaciones son la mano derecha de muchos a la hora de decidir si es el momento de comprar o es el momento de vender.** (...) (Revista Dinero, 2016).

Posteriormente, hallamos el margen Ebitda que es una medida de la rentabilidad de un negocio, de la misma manera que la tasa de rentabilidad se calcula dividiendo la utilidad entre los ingresos totales. (Cuidatudinerio, 2018)

Dicho de otra manera, es el margen que nos dice que efectivamente es posible para la comercializadora la introducción en su portafolio de los tres nuevos productos.



Gráfica 5 Margen Ebitda. Fuente propia

Con base en el análisis realizado que demuestra los resultados del proyecto sin considerar los aspectos financieros y fiscales y donde se comparan con la proyección actual de la empresa, los dos escenarios planteados evidencian un aumento constante de más del 5,8% entre las proyecciones del año 2019 al 2023.

Si bien en el escenario 1 los márgenes son menores que en el escenario 2, la proyección del Margen Ebitda en los dos casos es positiva lo cual indica que la inclusión de la nueva línea para la comercializadora es factible y se debe trabajar en función de obtener los resultados del escenario que arroja los márgenes más altos.

8. RECOMENDACIONES

- De acuerdo a los resultados presentados por la comercializadora al cierre del año 2018 donde muestran una disminución constante del margen neto de utilidad del 22%, pasando de COP 27.904.331 en el año 2016 a COP 22.819.048 para el 2018, se recomienda aplicar una estrategia de ventas que permita incorporar nuevos productos a su portafolio con la finalidad de abarcar nuevos mercados, mejorar los indicadores de rentabilidad y hacerse competitivo en un mercado cada día más difícil y complejo.
- Se recomienda negociar con los proveedores condiciones de crédito favorables para la empresa, esto aprovechando la inclusión de la nueva línea a distribuir y las políticas de cantidades establecidas para los diferentes escenarios, por lo que se pueden negociar descuentos en relación a volumen.
- Debido a que el recaudo de las ventas en su totalidad es de contado y en efectivo, se recomienda que la comercializadora realice un análisis de inversión para establecer si le conviene adquirir fondos de inversión colectiva o algún otro producto financiero que permita obtener rendimientos adicionales al giro principal de la empresa.
- Debido al impacto positivo que traerá la inclusión de nuevos productos al portafolio de la comercializadora, se debe estudiar la posibilidad de realizar promociones en puntos de ventas con la finalidad de dar a conocer esta nueva línea a clientes habituales y nuevos.

9. REFERENCIAS

- ABCFINANZAS. (2019). *www.abcfinanzas.com*. Obtenido de <https://www.abcfinanzas.com/finanzas-personales/diagnostico-financiero>
- Academiadeinversion. (2019). *www.academiadeinversion.com*. Obtenido de <https://www.academiadeinversion.com/valoracion-mediante-el-analisis-de-escenarios/>
- ANDI Cámara del Sector de Electrodomésticos. (2019). *www.andi.com.co*. Obtenido de <http://www.andi.com.co/Home/Camara/9-electrodomesticos>
- Confianza Electro. (2017). *www.confianzaelectro.com*. Obtenido de <https://www.confianzaelectro.com/2017/05/24/electrodomesticos-y-lineas-de-producto/>
- Cuidatudinero. (2018). *www.cuidatudinero.com*. Obtenido de <https://www.cuidatudinero.com/13074830/como-calcular-un-margen-ebitda>
- Foro Empresarial Impulsa. (2016). *www.impulsapopular.com*. Obtenido de <https://www.impulsapopular.com/gerencia/que-es-un-estudio-de-factibilidad/>
- La República. (Noviembre de 2018). *www.larepublica.co*. Obtenido de <https://www.larepublica.co/consumo/mercado-de-aparatos-electronicos-ha-movido-1-billon-mensual-2797823>
- Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible. (2010). *www.minambiente.gov.co*. Obtenido de http://www.minambiente.gov.co/images/AsuntosambientalesySectorialyUrbana/pdf/e-book_rae_/contenido_2_1_2.html#
- Ortiz Anaya, H. (2011). *Análisis Financiero Aplicado*.

Portafolio. (Mayo de 2019). *www.portafolio.co*. Obtenido de

<https://www.portafolio.co/negocios/mercado-local-de-linea-blanca-crecera-51-7-en-cinco-anos-529769>

Revista Dinero. (2016). *www.dinero.com*. Obtenido de

<https://www.dinero.com/inversionistas/articulo/que-es-el-ebitda-y-para-que-sirve-en-colombia/225169>

Revista Dinero. (2019). *www.dinero.com*. Obtenido de

<https://www.dinero.com/tecnologia/articulo/aparatos-y-electrodomesticos-que-compran-los-colombianos/267117>

Serrano Rodriguez, J., & Villarreal navarro, J. (2000). Fundamentos de Finanzas .